

香港交易及結算所有限公司及香港聯合交易所有限公司對本公告的內容概不負責，對其準確性或完整性亦不發表任何聲明，並表明概不就因本公告全部或任何部分內容而產生或因倚賴該等內容而引致的任何損失承擔任何責任。

L'OCCITANE

EN PROVENCE

L'OCCITANE INTERNATIONAL S.A.

49, Boulevard Prince Henri L-1724 Luxembourg

R.C.S. Luxembourg: B80359

(根據盧森堡法律註冊成立的有限公司)

(股份代號：973)

截至二零一九年三月三十一日止年度 未經審核經營資料

L'Occitane International S.A. (「本公司」)欣然提呈本公司及其附屬公司(「本集團」)截至二零一九年三月三十一日止年度的未經審核二零一八/二零一九年(「二零一九年財政年度」)經營資料。本公告乃根據香港法例第571章證券及期貨條例第XIVA部及香港聯合交易所有限公司證券上市規則第13.09條而作出。

摘要

- 本集團的銷售淨額按固定匯率計算增長8.7%及按報告匯率計算增長8.1%
- 在可比的基礎上(撇除LimeLife、Le Couvent des Minimes及按固定貨幣匯率計算)，銷售額增長4.2%，去年則增長3.7%
- L'Occitane en Provence 品牌銷售按固定匯率計算增長3.5%，去年則增長2.7%
- 在LimeLife的帶動下，美國按當地貨幣計算增長31.8%
- 按當地貨幣計算，俄羅斯、中國及巴西分別錄得12.2%、12.1%及11.1%的雙位數增長
- 整體同店銷售增長維持於1.8%的健康水平

按業務分部劃分的表現

下表載列截至二零一九年三月三十一日止年度按業務分部劃分的銷售淨額及按年增長的明細分析(計入及撇除所示的外幣換算影響)：

銷售額及佔銷售總額百分比

	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度	
	千歐元	%	千歐元	%
直銷	1,075,590	75.4	987,789	74.9
轉售	351,285	24.6	331,578	25.1
總計	1,426,874	100.0	1,319,366	100.0

按年增長

	增長	增長	增長 ⁽²⁾	對整體增長
	千歐元	%	%	的貢獻 ⁽²⁾
直銷	87,801	8.9	9.4	81.3
可比較店舖	5,871	0.9	1.8	10.7
不可比較店舖及其他 ⁽¹⁾	81,930	26.4	26.1	70.6
轉售	19,707	5.9	6.5	18.7
整體增長	107,508	8.1	8.7	100.0

(1) 其他包括網上商城、郵購、其他服務及LimeLife的銷售

(2) 撇除外幣換算影響

按品牌劃分的表現

下表載列截至二零一九年三月三十一日止年度按品牌劃分的銷售淨額及銷售淨額增長：

	銷售額及佔銷售總額百分比					
	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度		增長	增長 ⁽¹⁾
	千歐元	%	千歐元	%		
L'Occitane en Provence	1,247,153	87.4	1,210,610	91.8	3.0	3.5
LimeLife ⁽²⁾	83,780	5.9	19,119	1.4	338.2	325.5
其他 ⁽³⁾	95,941	6.7	89,638	6.8	7.0	10.8
總計	1,426,874	100.0	1,319,366	100.0	8.1	8.7

(1) 撇除外幣換算影響。

(2) LimeLife 銷售額自二零一八年一月起綜合入賬。二零一八年財政年度(二零一七年四月至二零一八年三月)全年與二零一九年財政年度(二零一八年四月至二零一九年三月)全年比較，LimeLife USA 銷售額按當地貨幣計算增長18.2% (未經審核)。

(3) 其他包括新興品牌 Melvita、Erborian 及 L'Occitane au Brésil。

按地區劃分的表現

下表載列截至二零一九年三月三十一日止年度按地區劃分的銷售淨額及銷售淨額增長以及對整體銷售增長的貢獻(計入及撇除所示的外幣換算影響)：

	銷售額及佔銷售總額百分比						增長 ⁽¹⁾	對整體增長的貢獻 ⁽¹⁾
	二零一九年財政年度		二零一八年財政年度		增長	增長		
	千歐元	%	千歐元	%				
日本	222,119	15.6	218,932	16.6	3,186	1.5	0.1	0.3
香港 ⁽²⁾	136,973	9.6	124,584	9.4	12,390	9.9	8.6	9.4
中國	178,072	12.5	159,118	12.1	18,955	11.9	12.1	16.8
台灣	38,186	2.7	39,433	3.0	(1,247)	(3.2)	(2.7)	(0.9)
法國	102,952	7.2	102,177	7.7	775	0.8	0.8	0.7
英國	60,659	4.3	59,837	4.5	823	1.4	1.5	0.8
美國 ⁽³⁾	232,404	16.3	172,160	13.0	60,245	35.0	31.8	47.8
巴西	57,589	4.0	60,208	4.6	(2,619)	(4.4)	11.1	5.8
俄羅斯	51,247	3.6	50,493	3.8	754	1.5	12.2	5.4
其他國家 ⁽⁴⁾	346,673	24.3	332,425	25.2	14,248	4.3	4.9	14.1
所有國家	1,426,874	100.0	1,319,366	100.0	107,508	8.1	8.7	100.0

(1) 撇除外幣換算影響，並反映所有業務分部的增長(包括自營零售店舖銷售額的增長)。

(2) 包括澳門的銷售額及對亞洲分銷商及旅遊零售客戶的銷售額。

(3) 撇除 LimeLife 及外幣換算影響，美國的增長為-2.0%。

(4) 包括盧森堡的銷售額。

下表載列截至二零一九年三月三十一日止年度與截至二零一八年三月三十一日止年度比較按地區劃分有關自營零售店數目、其對整體增長的貢獻百分比以及同店銷售增長的明細分析：

	自營零售店				對整體增長的貢獻百分比 ⁽¹⁾⁽²⁾			同店 銷售增長 百分比 ⁽²⁾
	截至 二零一九年 三月 三十一日		截至 二零一八年 三月 三十一日		不可比較 店舖	可比較店舖	所有店舖	
	二零一九年 三月 三十一日	二零一八年 三月 三十一日	二零一九年 三月 三十一日	二零一八年 三月 三十一日				
日本 ⁽³⁾	154	10	144	10	4.1	(0.4)	3.8	(0.3)
香港 ⁽⁴⁾	36	2	34	—	(0.5)	(0.6)	(1.1)	(2.6)
中國 ⁽⁵⁾	190	(7)	197	(5)	(0.1)	6.2	6.1	6.9
台灣	53	1	52	(4)	(0.3)	(0.4)	(0.7)	(2.7)
法國 ⁽⁶⁾	86	4	82	2	3.6	(0.7)	2.9	(2.1)
英國	74	—	74	—	(0.8)	(0.0)	(0.8)	(0.1)
美國	184	(12)	196	(11)	(2.6)	(0.0)	(2.6)	(0.0)
巴西 ⁽⁷⁾	182	16	166	43	2.1	2.0	4.2	5.9
俄羅斯 ⁽⁸⁾	107	4	103	(1)	1.6	1.5	3.1	5.4
其他國家 ⁽⁹⁾	506	(1)	507	7	2.4	3.1	5.6	2.2
所有國家⁽¹⁰⁾	1,572	17	1,555	41	9.6	10.7	20.3	1.8

(1) 指所示地區及期間不可比較店舖、可比較店舖及所有店舖佔整體銷售淨額增長的百分比。

(2) 撇除外幣換算影響。

(3) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的33間及36間Melvita店。

(4) 包括於二零一八年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的8間Melvita店，以及於二零一九年三月三十一日在澳門的3間L'Occitane店及在香港的9間Melvita店。

(5) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的7間及3間Melvita店。

(6) 包括於二零一八年三月三十一日的3間Melvita店及1間Erborian店以及於二零一九年三月三十一日的6間Melvita店及2間Erborian店。

(7) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的78間及86間L'Occitane au Brésil店。

(8) 包括分別於二零一八年三月三十一日及二零一九年三月三十一日的5間及9間Erborian店。

(9) 包括於二零一八年三月三十一日的4間Melvita店及1間Erborian店，以及於二零一九年三月三十一日的6間Melvita店及2間Erborian店。

(10) 包括於二零一八年三月三十一日的55間Melvita店、78間L'Occitane au Brésil店及7間Erborian店，以及於二零一九年三月三十一日的60間Melvita店、86間L'Occitane au Brésil店及13間Erborian店。

截至二零一九年三月三十一日止年度，本集團的銷售淨額達1,426.9百萬歐元，按固定匯率計算增長8.7%。按報告匯率計算的銷售額較去年增長8.1%。LimeLife by Alcone (「LimeLife」)於二零一八年一月成為本集團的附屬公司，自此之後其銷售額綜合入賬。在可比的基礎上(撇除LimeLife、Le Couvent des Minimes及按固定貨幣匯率計算)，整體增長為4.2%，而去年增長則為3.7%。

於二零一九年財政年度，直銷銷售額佔銷售淨額的75.4%，達1,075.6百萬歐元，按固定匯率計算，較去年增長9.4%。此增長主要來自其他銷售額的貢獻，主要為LimeLife及網上商城。整體同店銷售增長維持於1.8%的健康水平並為整體增長貢獻10.7%。與去年比較，本集團的網絡直銷渠道(包括自營電子商務及網上商城)的銷售額按固定匯率計算增長11.2%，相等於直銷銷售總額的13.9%。轉售銷售額佔本集團銷售總額的24.6%，達351.3百萬歐元，按固定匯率計算，較去年增長6.5%。該增長主要受到L'Occitane en Provence品牌的網上夥伴、旅遊零售及分銷渠道的蓬勃增長所推動。Erborian及L'Occitane au Brésil品牌亦於此分部擴大。

於二零一九年財政年度，L'Occitane en Provence品牌銷售額按固定匯率計算穩健增長3.5%，二零一八年財政年度則增長2.7%。自二零一九年財政年度第三季推出蠟菊煥活雙效精華以來，銷售勢頭有所加強。主要貢獻渠道為零售、網上商城、網上夥伴及旅遊零售。LimeLife銷售額於二零一八年財政年度最後一季綜合入賬。二零一八年財政年度(二零一七年四月至二零一八年三月)全年與二零一九年財政年度(二零一八年四月至二零一九年三月)全年比較，LimeLife USA銷售額按當地貨幣計算增長18.2%(未經審核)。其他新興品牌總計按固定匯率計算增長10.8%。Erborian及L'Occitane au Brésil表現尤其突出。

按地區劃分，美國帶領增長，其後俄羅斯、中國及巴西亦錄得可觀增長。截至二零一九年三月三十一日止年度，以當地貨幣計算，美國錄得31.8%增長，主要受LimeLife帶動。俄羅斯於二零一九年財政年度第四季加快增長，受惠於推廣活動及進一步發展連鎖批發渠道的成果。此外，Erborian於俄羅斯的表現持續強勁，推動俄羅斯成為此品牌繼法國之後的第二大市場。中國於二零一九年財政年度最後一季保持強勁勢頭，受惠於中國農曆新年及婦女節等送禮佳節的成功宣傳。巴西亦再次全年錄得雙位數增長。L'Occitane en Provence與L'Occitane au Brésil品牌於各個主要渠道均錄得穩健增長。同時，其他國家的銷售增長由二零一九年財政年度首九個月的4.5%加快至全年的4.9%，此有賴同店銷售增長加快至2.2%、在若干國家推出LimeLife以及網上夥伴穩健發展。對整體增長作出最大貢獻的市場包括馬來西亞、加拿大及澳洲，分別顯著增長33.0%、14.5%及9.4%。

於二零一九年財政年度，本集團淨開設17間店舖，並翻新了129間店舖（於去年淨開設41*間店舖及翻新153間店舖）。

* 包括28間被重新分類為自營零售店的L'Occitane au Brésil店。

承董事會命
L'Occitane International S.A.
主席
Reinold Geiger

香港，二零一九年四月二十九日

於本公告日期，本公司的執行董事為Reinold Geiger先生（主席兼行政總裁）、André Hoffmann先生（副主席）、Silvain Desjonquères先生（集團常務董事）、Thomas Levilion先生（集團財務及行政管理部副總經理）及Karl Guénard先生（公司秘書）；本公司的非執行董事為Martial Lopez先生及本公司的獨立非執行董事為Valérie Bernis女士、Charles Mark Broadley先生、Pierre Milet先生及吳植森先生。

免責聲明

在多個表格內呈列的財務資料及若干其他資料已四捨五入至最接近的整數或最接近的小數。因此，欄內數字的總和未必與該欄所示的總數完全一致。此外，表格內呈列的若干百分比反映在四捨五入前根據相關資料計算所得結果，故未必與假使相關結果乃以經四捨五入的數字計算而得出的百分比完全一致。